

# Pengembangan Model Pengukuran *Usability* Yang Mempertimbangkan Aspek Kognitif Dan Afektif Dengan Moderasi Dimensi Kultural : *Research Framework*

Heru Prastawa<sup>1</sup>, Udisubakti Ciptomulyono<sup>2</sup>, Moses L.Singgih<sup>2</sup>, Markus Hartono<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Jurusan Teknik Industri Universitas Diponegoro Semarang

<sup>2</sup> Jurusan Teknik Industri Institut Sepuluh Nopember Surabaya

<sup>3</sup> Jurusan Teknik Industri Universitas Surabaya

(<sup>1</sup>[heru.prastawa@gmail.com](mailto:heru.prastawa@gmail.com))

## ABSTRAK

Di pasar produk yang sangat kompetitif, desain produk telah bergeser dari pendekatan berorientasi produksi yang diterapkan di masa lalu, menjadi pendekatan yang berorientasi pemasaran, dan akhirnya ke pendekatan berorientasi kepada pelanggan. Studi tentang kebutuhan, keinginan dan preferensi pengguna menjadi penting, sehingga mengembangkan produk berpusat pada pengguna (*user centered*) merupakan kebijakan yang penting dari suatu perusahaan, termasuk diantaranya pengukuran *usability*. Banyak penelitian yang menyelidiki tema-tema fungsi produk dan *usability* sebagai respon baik pelanggan pendahulu terhadap produk. Aspek kognitif merupakan salah satu pertimbangannya. Namun, bukti empiris menunjukkan bahwa aspek afektif berkorelasi dengan *usability* suatu produk juga telah disampaikan para peneliti, juga bahwa aspek afektif produk mempengaruhi pangsa pasar produk dan harus diintegrasikan dalam proses penelitian faktor manusia (*human factor*). Oleh karena itu, merancang produk yang baik, akan membuat produk tersebut menyenangkan dan menarik untuk digunakan. Konsumen tertarik untuk membeli produk karena emosi diaktifkan selama proses pembelian. Produk dan jasa memiliki daya tarik yang besar jika mereka dirancang secara menarik untuk menimbulkan perasaan emosional dari pelanggan. Dimensi kultural menjadi pertimbangan yang penting ketika perluasan dipengaruhi pasar global. Pengaruh dimensi kultural dengan pendekatan Hofstede (1991), dalam lingkup penelitian *usability* dan kualitas layanan telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Sudi pendahuluan yang telah dilakukan, menunjukkan pendekatan dimensi kultural dapat diadopsi, untuk mengetahui dimensi *sub culture* beberapa suku bangsa/etnik di Indonesia. Paper diajukan dengan tujuan membuka ruang diskusi untuk memperkuat riset framework dalam penulisan disertasi untuk menyelesaikan program doktor.

**Kata Kunci** : kognitif, afektif, kultural, pengukuran *usability*, *research framework*

## 1. PENDAHULUAN

Dalam persaingan yang semakin tinggi, telah terjadi pergeseran pendekatan dari berorientasi produksi yang diterapkan di masa lalu, menjadi pendekatan yang berorientasi pemasaran, dan akhirnya ke pendekatan berorientasi kepada pelanggan [1]. Studi tentang kebutuhan, keinginan dan preferensi pengguna menjadi penting [2], sehingga mengembangkan produk berpusat pada pengguna (*user centered*) merupakan kebijakan yang penting dari suatu perusahaan [3]. Praktek terbaik dalam desain yang berpusat manusia/*user* diringkas dalam ISO 9241-210 (2008) di mana *human centered design* didefinisikan sebagai "Sebuah pendekatan untuk disain dan pengembangan sistem yang bertujuan untuk membuat sistem interaktif yang lebih bermanfaat, dengan berfokus pada penggunaan sistem dan menerapkan *human factor/ergonomi* serta pengetahuan dan teknik *usability*."

Sebagai sebuah konsep, *usability* dapat terdefinisi dengan baik dalam riset-riset *human computer interaction* (HCI), mengarah kepada kemampuan pengguna dan sistem dapat

berkomunikasi dengan jelas dan tanpa kesalahpahaman melalui *interface*. Goodwin [4] mendefinisikan *usability* sebagai tingkat kompatibilitas sistem dengan karakteristik kognitif pengguna dalam hal komunikasi, pemahaman, memori dan pemecahan masalah. Penelitian pada area *usability* masih tetap menarik untuk dilakukan, karena substansi *usability* adalah "mudah, sederhana, nyaman dalam menggunakan suatu produk atau sistem untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai". Nilai-nilai ini secara dinamis akan berubah mengikuti perkembangan teknologi, yang paling besar pengaruhnya adalah perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Perubahan ini juga akan menjadikan kebutuhan pengguna yang semula sebatas memenuhi bagaimana sebuah produk atau sistem dapat digunakan dengan mudah, sederhana dan aman, akan bertambah dengan menjawab dimensi lainnya seperti menarik, memuaskan, menyenangkan, dan dimensi afektif yang lain[5]

Kebutuhan kognitif adalah persyaratan tentang bagaimana produk dan sistem yang dirancang untuk mengakomodasi kemampuan, keterbatasan,